

### LE MARKETING TERRITORIAL EN ACTION

Attirer, accueillir et retenir des travailleurs, des étudiants, des citoyens, des entrepreneurs et des touristes se veulent les objectifs de la démarche de marketing territorial qui passe à l'action. Rappelons que Promotion Kamouraska a rencontré plus de 240 acteurs locaux l'an dernier pour présenter la nature de la démarche, ainsi que recueillir les besoins et enjeux spécifiques du Kamouraska.

Chargé du projet, M. Bruno Lacroix précise *« qu'un outil centralisateur se doit d'être réalisé en priorité, soit un portail Internet d'attractivité du Kamouraska qui sera mis en ligne à l'automne »*. Il servira, entre autres, d'outil d'accompagnement pour que les employeurs, lors du recrutement de main-d'œuvre, puissent concrètement expliquer ce qu'est le Kamouraska.

*« Pour quelques-uns, d'ajouter M. Lacroix, la façon de présenter le territoire s'arrête à la nature, le plein-air, les couchés de soleil. On se doit d'appuyer nos employeurs avec l'ensemble de nos forces, pour se donner une chance supplémentaire de faire déménager des familles au Kamouraska »*.

#### **Offres d'attractivité**

*« Pour nous promouvoir comme territoire, il faut savoir qui l'on est »*, de mentionner M. Lacroix expliquant que l'organisme rassemble et intègre l'ensemble des offres d'attractivité du territoire en fonction des forces identifiées. *« Il nous faut développer un langage commun, ajoute-t-il, pour que chacun, que l'on soit employeur ou citoyen, puissions vendre notre Kamouraska et s'y attacher »*. Ces offres seront mises en valeur par l'entremise d'outils à la disposition des employeurs et partenaires, dont un portail d'attractivité, des outils pour des Salons ou foires de l'emploi, des missions économiques, des programmes d'accueil de nouveaux travailleurs, étudiants, citoyens, etc.

Les offres ont été recueillies à la suite de nombreuses séances de travail tenues auprès du réseau de la santé et des services sociaux, d'institutions d'enseignement, d'entreprises et de différents organismes communautaires et de développement économique. *« On travaille également en étroite collaboration avec les facilitateurs en place pour bonifier leurs propres actions en lien avec l'attractivité du territoire »*, d'ajouter M. Lacroix.

#### **Image de marque et réseau d'ambassadeurs**

La démarche sera également appuyée par d'autres leviers, tels une image de marque du Kamouraska qui sera partagée à l'ensemble des entreprises, municipalités et organismes un réseau d'ambassadeurs du Kamouraska et des actions concertées visant à attirer, accueillir et retenir les clientèles.

Autres actions menées dans le cadre de la démarche, rappelons que Promotion Kamouraska a organisé la Mission économique tenue à Montréal l'an dernier, en plus d'organiser celle qui se déroulera à Québec le 2 juin prochain et qui réunit 27 entreprises du Kamouraska.

## Information :

Bruno Lacroix

Chargé de projet

Promotion Kamouraska

418-492-1660 poste 255

lacroixbruno1@gmail.com

### Partenaires Initiateurs

---



### Partenaires Majeurs

---



### Partenaires Leaders

---



### Partenaires Passionnés

---



### Partenaires de Services

---

